
Introduction

Les entreprises face au religieux

Nathalie Luca et Rémy Madinier



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/assr/27888>

DOI : 10.4000/assr.27888

ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2016

Pagination : 11-23

ISBN : 978-2-7132-2518-5

ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Nathalie Luca et Rémy Madinier, « Introduction », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 175 | juillet-septembre 2016, mis en ligne le 01 octobre 2018, consulté le 23 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/assr/27888> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/assr.27888>

© Archives de sciences sociales des religions

Figures de l'entrepreneur religieux

Nathalie Luca
Rémy Madinier

Introduction

Les entreprises face au religieux

Depuis plusieurs années déjà, divers événements largement médiatisés ont permis de constater que la religion n'avait pas déserté le monde des entreprises. Elle y fait même un retour inattendu, fortement débattu et objet de nombreux articles de presse et de publications scientifiques (Chessel, Pelletier, 2015). L'institut Randstad s'est associé à l'Observatoire du fait religieux en entreprise (OFRE) pour enquêter sur la progression de la place du religieux en ces lieux là. Ensemble, ils ont publié en septembre 2016 leur quatrième enquête sur la question qui confirme très largement la progression de cette présence et des demandes qu'elle suscite¹. La pluralité religieuse favorisée par nos sociétés modernes se répercute sur le monde du travail et oblige les entrepreneurs à s'interroger sur sa gestion. En Europe, la question essentielle est en réalité celle de l'encadrement des revendications musulmanes, dont certains chefs d'entreprises redoutent une visibilité (port du voile) et des exigences (jours de congés adaptés au calendrier religieux, voire mise à disposition d'une salle de prière) jugées trop affirmées. Cette facette du lien entre monde entrepreneurial et religion est désormais bien documentée.

Un autre aspect des usages de la religion dans la culture entrepreneuriale concerne le commerce de produits liés à des pratiques religieuses, en dehors ou au sein même des communautés. Si certaines entreprises redoutent l'avènement de conflits (en réalité très marginaux) associés à la présence de musulmans pratiquants en leur sein, d'autres au contraire surfent sur des attentes émanant de ces mêmes populations musulmanes : l'économie du halal a le vent en poupe. Les initiatives en ce domaine se multiplient, bien au delà des seuls produits alimentaires : même les loisirs et le tourisme font l'objet d'une estampille « halal » et aucun centre commercial ne voudrait passer à côté de ce marché florissant

1. <http://grouperandstad.fr/wp-content/uploads/2016/09/cp-exxtude-2016-fait-religieux-en-entreprise-1.pdf>

(voir, entre autres, les travaux de Florence Bergeaud-Blackler ou de Katia Boissevain sur le sujet). Le développement d'une filière religieuse au sein de l'industrie du tourisme est loin de ne concerner que les terres de l'islam. Elle représente une façon de concevoir le voyage aujourd'hui en plein essor. Il faut encore noter, dans un registre parallèle, le succès des livres traitant du « développement personnel » ou du bonheur, prétendument issus de la tradition bouddhiste tibétaine, qui se concrétisent par tout un ensemble de formations offertes par les entreprises à leurs salariés dans l'espoir d'améliorer simultanément leur bien-être et leur efficacité.

Réenchanter le monde par l'action entrepreneuriale

Dans un contexte où des économistes de renom comme Joseph Stiglitz (2002) accusent l'activité économique de participer à la création d'un monde d'une extrême précarité, menacé par les crises financières et sans pitié pour les destins individuels, un nouveau type de management entrepreneurial apparaît, qui se présente comme plus respectueux des salariés et préoccupé par l'avenir de la planète. Ce management présente parfois une dimension religieuse. C'est le cas d'entrepreneurs et dirigeants chrétiens qui, sans manifester pour autant leurs croyances religieuses à l'égard de leurs personnels, essayent autant que possible et non sans tensions, de faire coïncider leur éthique religieuse avec leurs modalités de management (Brémond d'Ars, 2013). Lors d'une journée d'étude déjà intitulée « Les figures de l'entrepreneuriat religieux », conjointement organisée le 14 juin 2013 par Pierre-Charles Pradier, Nicolas de Brémond d'Ars et les deux coordinateurs du présent numéro, nous avons ainsi interviewé une *coach* catholique, Marie-Christine Bernard, qui proposait un *coaching* spirituel aux chefs d'entreprises. Elle expliquait :

Cette proposition de *coaching* a d'abord été la mise en forme d'une attente que j'ai perçue du côté des personnes en position de dirigeant qui ressentent une insatisfaction quant à ce qu'induit et ce à quoi conduit l'allure prise par la vie économique dans laquelle ils sont engagés et pour laquelle ils peinent. Pour beaucoup de dirigeants, l'insatisfaction ressentie vient d'un sentiment d'écartèlement entre deux sphères perçues comme incompatibles, voire antagonistes : d'une part, celle des valeurs humaines propres à l'héritage humaniste, incluant éventuellement une préoccupation d'ordre spirituel ; d'autre part, celle d'un monde économique organisé selon de strictes règles comptables et gestionnaires ordonnées à – et par – l'exigence de profit matériel. Or, le métier de dirigeant implique le rôle de décideur. À travers une multitude de décisions quotidiennes qui vont de la définition de la stratégie de l'entreprise au choix du mode de management, en passant par l'établissement des prix, des grilles d'évaluation du personnel, des critères de recrutement, etc., le dirigeant est confronté en permanence à sa propre échelle de valeurs, possiblement en contradiction avec celle de référence dans sa corporation (la doxa libérale à tendance capitaliste du monde économique) pour l'exercice de son métier. C'est pourquoi, le « *coaching* spirituel et managérial », tel que je l'ai conçu, s'adresse en priorité aux chefs d'entreprise (et assimilés, comme les cadres dirigeants de grandes entreprises). Son objectif est de les aider à trouver

une unification plus satisfaisante entre ce à quoi ils aspirent en tant que personne, au nom de l'idéal plus ou moins explicité qu'ils portent, et l'exercice de leur métier, de leur statut et de leur fonction de *patron* (mode de management, stratégie d'entreprise, ajustement de leur propre parcours existentiel). Ce *coaching* permet d'aborder ouvertement et d'intégrer à l'accompagnement la référence éventuelle à la sphère religieuse, lorsqu'elle se trouve de fait impliquée dans cet idéal, de façon centrale ou annexe, mais signifiante dans le questionnement du chef d'entreprise.

Certains entrepreneurs vont plus loin encore et font explicitement référence à leurs croyances dans la gestion même de leur entreprise, au risque de susciter des oppositions (Luca, 2012). À mesurer ainsi le moment où le lien des entreprises au religieux devient problématique en Occident, on se rend compte que la peur d'être dépassé par le facteur religieux – dont on pensait s'être émancipé – constitue le point de réaction soit au sein même de l'entreprise, soit au niveau politique.

Pourtant, l'appui sur un socle de croyances partagées fait partie des ressorts du développement d'une entreprise (et de la société dans son ensemble), comme le démontre fort bien Paul Seabright en conclusion de ce numéro. Croire et faire croire ne sont pas le propre du religieux dans lequel on a le tort de vouloir enfermer ces notions. La crise économique et sociale actuelle et, avec elle, le déficit de confiance dont les médias se font régulièrement l'écho, viennent rappeler aux entrepreneurs qu'ils ne peuvent pas laisser de côté le niveau de croyance qu'ont leurs salariés en leur entreprise. La sécularisation des institutions les a souvent conduits à préférer la notion de confiance, davantage tournée vers une vision positive de l'avenir, à celle de croyance parfois perçue comme négative et passéiste. Cette vision peut prendre la forme d'un projet utopique de transformation et de réenchantement du monde, projet que les institutions religieuses, puis politiques, ne parviennent plus à rendre crédible ni par la théologie ni par l'idéologie et vers lequel voudrait tendre l'entreprise par l'action.

Lors de la journée d'étude précédemment citée, une autre *coach*, Catherine Redelsperger, expliquait ainsi se trouver de plus en plus régulièrement confrontée à des démarches d'ordre spirituel de la part des chefs d'entreprises qui recouraient à ses services. Dans l'interview qu'elle a donnée au cours de cette journée, elle constatait :

Le divorce entre l'entreprise et ses salariés touche aussi les cadres dirigeants. Certains disent clairement : je suis dans le système, j'y participe mais je ne suis pas d'accord. J'accompagne depuis vingt ans des cadres dirigeants qui sortent réellement du système et changent de vie en créant des très petites entreprises ou en reprenant des entreprises dans des activités dont ils sont fiers. Certains directeurs marketing par exemple ne supportent plus d'être ceux qui conduisent les consommateurs à être encore plus consommateurs de produits qui n'ont aucune valeur essentielle. Certains d'entre eux changent de cap. [...] Deux de mes clients (dans les deux cas des propriétaires d'entreprises) sans être pratiquants d'une religion, se sont forgés des croyances qui traversent les continents, les mythes, les pratiques de méditation. Il ne s'agit donc pas de religion mais de croyances se construisant par tâtonnements. Ces deux propriétaires d'entreprises travaillent avec des consultants qui ont une ouverture spirituelle. Il existe dans

les deux cas une forme de prosélytisme ou a minima de désir d'ouvrir les autres (collaborateurs, clients, partenaires, etc.) à une autre manière de vivre et voir le monde. Ce qui n'est pas sans susciter certaines contestations en interne. [...] Je peux ainsi vous décrire par petites touches ce que je qualifie de « paradis synchrétique » en prenant en exemple l'une de ces deux entreprises. Je le trouve déjà dans les éléments de langage. Le slogan de la marque est « *All you need with love* ». Par « *with love* », ils entendent : « c'est notre manière d'exercer notre métier, en plaçant la sincérité au cœur de nos échanges » ; car, expliquent-ils : « notre raison d'être, c'est entreprendre pour un monde meilleur ». On peut lire cela sur leur site, leur *com* interne. Ils pensent que « l'entreprise peut contribuer à faire progresser notre société en remettant l'homme et l'environnement au centre de nos priorités. En nous fixant des buts élevés de la responsabilité et de l'amour, nous voulons introduire l'éthique dans notre façon de vivre l'entreprise. » L'espace est également porteur de ce « paradis synchrétique ». Le siège inauguré il y a un an a été construit suivant une logique Feng Shui et le choix de l'implantation des bâtiments a été fait avec un sourcier. Les bâtiments sont à la pointe de la construction bio-thermique. Il y a un jardin potager garantissant une certaine autonomie au restaurant d'entreprise en lui fournissant des végétaux bio. Le restaurant d'entreprise est dirigé par un chef étoilé. Il y a au sein de l'entreprise un centre sportif, un centre culturel, une université dédiée au développement personnel. Sur la terrasse la plus haute d'un des bâtiments se trouve une yourte de méditation. Enfin, dans certains *open space*, des cabanes servent de salle de réunion, de repos (hamac, canapé, etc.). Dernière touche : le développement personnel. L'entreprise offre à ses salariés des ateliers de beauté intérieure, des cours individuels de méditation, des séances de massage, du squash adapté en cours de développement personnel, du *self care* par la lecture.

Sans aller jusqu'à une telle proposition de ré-enchantement du monde, néanmoins présente chez bien des jeunes entrepreneurs de *Start Up* qui voient dans leurs actions entrepreneuriales l'ultime voie de transformation du monde, l'ensemble des moyens mis en place par les entreprises pour renforcer la motivation de leurs personnels, depuis que le management ne repose plus sur la simple autorité du chef, fait appel à des méthodes de persuasion qui ne sont pas sans rappeler les méthodes de présentification du divin, même lorsqu'elles ne comportent plus la moindre référence religieuse (Boltanski, Chiapello, 1999 ; Piette, 2003). Comme le souligne Frédéric Lordon, il s'agit alors, pour le chef d'entreprise, de faire en sorte que ses désirs et rêves propres deviennent également ceux des salariés (Lordon, 2010). Ces méthodes ont néanmoins une efficacité relative sur ces derniers. Certains remplissent leur tâche sans y accorder le moindre crédit, mais quand la défiance devient généralisée, elle menace l'entreprise, même si le besoin d'un salaire maintient un semblant de présence contrainte. L'augmentation des suicides en entreprise, s'il ne peut être explicité par cette seule défiance, en est cependant un signe tangible.

Gestion de la pluralité religieuse au sein de l'entreprise, enjeux commerciaux associés à la vente d'une vaste palette de produits qui se développent en correspondance avec l'évolution du panorama religieux, besoin croissant des entrepreneurs de donner un sens éthique à leur management qu'ils puisent dans leurs croyances, voire même de donner à l'ensemble de leur entreprise un projet de

transformation du monde qui bouscule la frontière entre domaine religieux et domaine économique, enfin, utilisation plus ou moins consciente d'un héritage de présentification du divin dans les techniques de motivation et de fidélisation des salariés ou dans l'organisation même de la structure de l'entreprise : voilà les principales facettes que l'on peut repérer des usages de la religion dans la culture entrepreneuriale. Il faut encore ajouter à cela que de leur côté aussi, les communautés religieuses s'inspirent des techniques entrepreneuriales pour se développer, au point de devenir des entreprises religieuses capables de porter et transmettre les valeurs de l'ultralibéralisme.

Renouveau religieux et néolibéralisme

Depuis que Max Weber a établi un lien paradoxal entre l'essor du capitalisme et le développement d'une éthique protestante ascétique, les relations entre économies matérielle et spirituelle ont constitué un sillon fécond des sciences sociales. Depuis les années 1950, ces travaux ont toutefois connu une éclipse relative, liée au poids des analyses marxistes réduisant le fait religieux au rang de symptôme d'une aliénation politique et au succès des prophéties annonçant l'inévitable éviction de la religion du monde capitaliste moderne.

De fait, la sécularisation, qui a caractérisé à des degrés divers l'évolution des sociétés occidentales depuis deux siècles, a progressivement marginalisé la place du référent religieux dans les institutions nationales et les systèmes juridiques des pays d'Europe et d'Amérique du nord. Ce processus n'a pas nécessairement signifié que la religion ait perdu toute influence sur l'ensemble des sphères d'activité mais que la distance était désormais suffisante pour que chacune d'entre elles puisse évoluer selon son chemin, ses valeurs, sa finalité propre en toute indépendance. La religion est devenue une option, un avis, une sphère d'activité parmi d'autres et non plus au-dessus d'elles. Dans certains pays, le politique a officialisé cette mise à distance en proclamant la séparation officielle de l'Église et de l'État. D'autres nations ont conservé une religion d'État ou un système de religions reconnues, mais leur fonction a été largement revue à la baisse et la participation aux cultes rendue facultative : chacun est libre de fréquenter un culte ou de n'en fréquenter aucun. La liberté de conscience est inscrite dans toutes les Constitutions des nations occidentales, y compris dans la Constitution européenne des droits de l'homme. Sous l'influence directe de la colonisation ou par simple mimétisme, ce processus de sécularisation institutionnelle s'est étendu à la plupart des régions du monde, y compris dans des pays dans lesquels la religion conservait une influence prégnante sur les structures sociales et culturelles, reliquat d'une entrée tardive dans la modernité.

À partir du milieu des années 1970, le renouveau religieux qui a affecté – peu ou prou – l'ensemble des confessions et sa concomitance avec une nouvelle extension du capitalisme, marquée par le triomphe désormais mondialisée de l'économie néolibérale, a entraîné un renouveau notable des travaux consacrés aux liens

entre économie et religion². Ces recherches ont souligné comment l'individualisation du croire et les recompositions qu'il autorisait, la circulation croissante des spiritualités hors de leur terreau d'origine et la monétisation des valeurs propre au néolibéralisme ont contribué à l'éclosion simultanée d'un « marché du religieux » et de « religions du marché ». Un temps occultée par les critiques marxistes ou structuralistes, la plasticité de la pensée wébérienne fut à nouveau mobilisée³.

Le renouveau de l'approche wébérienne

Devant l'éclosion d'une multiplicité de ces « affinités électives » entre économie et religion que signalait l'œuvre du sociologue allemand, les concepts wébériens furent revisités. Longtemps critiquée pour avoir limité son champ d'analyse au seul monde de la Réforme, la méthode de Weber se révéla précieuse pour l'analyse d'autres sphères religieuses, entrées plus tardivement dans l'économie capitaliste⁴. Car loin d'établir un lien mécanique exclusif entre le calvinisme puritain se répandant au XVIII^e siècle et le capitalisme entrepreneurial allemand naissant, le sociologue se fondait sur le constat empirique d'une inégalité de développement entre villes catholiques et protestantes. Les diverses hypothèses qu'il explorait afin de tenter d'éclairer la genèse de cet écart de richesse n'avaient aucune prétention globalisante mais constituaient, plutôt, une invitation à un débat autour des liens entre économie et religion⁵. Tout en reconnaissant à d'autres confessions que le protestantisme une certaine appétence pour l'économie, le découvreur de « l'esprit du capitalisme » avait montré que, sur un plan pratique, les autres creusets culturels (dont la religion était un élément parmi d'autres) n'avaient pas permis aux formes embryonnaires de capitalisme caractérisées par l'échange monétaire, l'entreprise marchande et l'accumulation du capital de se développer en un capitalisme industriel à l'européenne. Mais il s'agissait

2. Au sein d'une littérature devenue pléthorique signalons : Paul Oslington (Ed.) *Economics and Religion*, Northampton, Edward Elgar Publishing, 2003 ; Philippe Simonnot, *Le marché de Dieu. Économie du judaïsme, du christianisme et de l'islam*, Denoël, 2008 ; Jacques Lecaillon, *Foi et business model. L'économie de la religion*, Editions Salvator, 2008 ; Lionel Obabdia, *La marchandisation de Dieu. L'économie religieuse*. CNRS éditions, 2013.

3. Voir par exemple, Julien Freund, « Eclaircissements de quelques points de la conception de Max Weber sur les rapports entre religion et économie », *Revue des Sciences Religieuses*, tome 55, fascicule 3, 1981, p. 189-197.

4. Cf. par exemple pour le monde musulman, Olivier Carré, « À propos de Weber et l'Islam », *ASSR*, 61/1, 1986, 139-152, Turner (Bryan S.), *Weber and Islam : a critical Study*, Londres Routledge and Kegan Paul 1974 et 1978.

5. Une volonté nettement affirmée dans la réédition, en 1920, de *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme* (parue en 1905). Max Weber en donnera une seconde édition révisée, marquée par un nombre important d'ajouts en 1920, en la publiant en tête de ses *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie* (voir pour Max Weber, 2006, *Sociologie de la religion*, trad. I. Kalinowski, Paris, Flammarion).

d'un constat valant pour les XVIII^e et XIX^e siècles, non d'un essentialisme définitif invalidé par l'entrée, plusieurs décennies après, de l'Asie bouddhiste et d'une grande partie du monde musulman dans un capitalisme lui-même en pleine mutation⁶.

Pour Max Weber (1964 [1905]), l'éthique des protestants puritains du XVIII^e siècle aurait entretenu un rapport d'affinité avec l'« esprit du capitalisme » naissant. L'honnêteté, la ponctualité, l'application au travail et surtout une frugalité bien éloignée de toute conception hédoniste de la vie (« gagner de l'argent, toujours plus d'argent, tout en se gardant strictement des jouissances spontanées de la vie » (*idem* : 50)) de ces pionniers aurait permis d'amorcer un processus d'accumulation à l'origine de l'économie moderne. La finalité n'était pas l'argent, mais le travail appréhendé à la lecture des Évangiles, exaltant la gloire de Dieu. Le salut de l'homme, toujours incertain, nécessitait un dur labeur. La réussite étant un signe d'élection, l'acharnement à la tâche, au travail, devenait une vocation (*Beruf*). À l'origine de cette éthique, on trouvait l'angoissante théologie de la prédestination de Calvin selon laquelle le destin de l'homme est scellé une fois pour toutes par Dieu sans qu'aucune de ses actions ne puisse inverser l'irrévoicable et infaillible décision divine : l'homme est élu ou damné pour l'éternité selon un choix dont seul Dieu, dans sa transcendance, connaît la logique. Or, « se considérer comme un élu constituait un devoir ; toute espèce de doute à ce sujet devait être repoussé en tant que tentation du démon, car une insuffisante confiance en soi découlait d'une foi insuffisante, c'est-à-dire d'une insuffisante efficacité de la grâce » (*idem* : 127). Cette attitude de croyance en son élection exigeait donc de cultiver une confiance en soi que seul l'acharnement au travail et ses retombées positives semblaient capables de renforcer. Cet acharnement valut au départ la persécution de ces fervents croyants :

L'aversion et la persécution dont les méthodistes furent victimes au XVIII^e siècle, de la part de leurs compagnons de travail, ne résultaient pas uniquement, ou principalement de leurs excentricités religieuses – l'Angleterre en a vu beaucoup d'autres, et de plus frappantes. Comme le suggère la destruction de leurs outils (par leurs compagnons de travail), thème qui revient si fréquemment dans les témoignages contemporains, il faut en chercher la cause dans leur trop grande bonne volonté au travail, ainsi que nous le dirions aujourd'hui (*idem* : 65).

Le dur labeur des puritains entraîna également un renouvellement de leurs méthodes. Jusqu'à la fin du XVIII^e siècle, l'industrie textile était entre les mains d'entrepreneurs qui travaillaient chez eux, recevant les tisserands à domicile et sélectionnant des tissus ou des échantillons lorsqu'ils avaient affaire à un produit non directement accessible. Ils ne faisaient pas vraiment d'effort pour acquérir la marchandise ou développer leur marché et se contentaient d'un cercle limité

6. Pour l'islam, on renverra le lecteur à Olivier Carré, « À propos de Weber et l'Islam », ASSR, 61/1, janvier-mars 1986, p. 139-152.

de clients et de vendeurs. Ce style de vie tranquille et sans gros travail, donnant accès à un salaire raisonnable fut remis en cause par un nouveau type d'entrepreneurs beaucoup plus volontaires et audacieux qui, parce qu'ils se voulaient et se croyaient élus, développèrent une confiance en eux apte à les distinguer de la moyenne. Ils se déplaçaient chez les tisserands, les mettaient en concurrence, partaient à la recherche de nouveaux clients, les démarchant et s'adaptant à leur goût. Cette « révolution » fut pour Weber la marque de l'esprit du capitalisme. « Son entrée en scène, cependant, fut rarement pacifique. Le premier novateur s'est très régulièrement heurté à la méfiance, parfois à la haine, surtout à l'indignité morale » (*idem* : 71).

Sorti de son contexte originel le questionnement wébérien demeure fécond en ce qu'il suggère à la fois une méthode empirique et différents niveaux d'analyse (individuelle, communautaire, étatique, etc.) dessinant une sociologie historique du fait religieux en économie. Il constitue un bon outil pour interroger le foisonnement nouveau des initiatives mêlant économie et religion, en particulier dans des régions du monde jusque-là caractérisées par le sous-développement. À travers la notion de *Beruf*, son attention à la personne de l'entrepreneur et à ses motivations religieuses trouve un écho particulier dans les différentes contributions de ce volume collectif.

L'adaptation de la « vocation » (*Beruf*) au marché

De l'implication des milieux jansénistes du XVIII^e siècle, jusqu'à l'extension actuelle du domaine du halal, en passant par les *success stories* des nouveaux prédicateurs du protestantisme évangélique, du bouddhisme et de l'islam, les liens entre entrepreneurs et religions ont été déclinés selon un large spectre suivant les lieux, les époques et les confessions. Permettant de saisir dans toute leur diversité chronologique et géographique les rapports entre religion et économie, les parcours esquissés dans ce dossier suggèrent un retournement du postulat wébérien. L'essor du capitalisme et surtout la rapide expansion du modèle d'une économie néolibérale, à partir des années 1970, semblent avoir inversé le rapport entre religion et économie. Alors que la motivation religieuse était première chez Weber, entraînant un bouleversement dans la conduite des affaires économiques, le panorama proposé dans les pages qui suivent suggère plutôt une adaptation croissante de la spiritualité ou du moins de ses expressions concrètes aux impératifs du marché.

Ce pragmatisme face aux conditions économiques du moment peut être repéré très tôt. Dans les milieux commerçants de la France du XVIII^e siècle marqués par la querelle janséniste, les manifestations publiques et collectives d'engagement dévot tiennent avant tout aux rapports de force locaux (Nicolas Lyon-Caen).

Au sein de chaque cité, réseaux jésuites et molinistes se disputent confréries et autres réseaux de sociabilité marchande, témoignant de la centralité de l'aspect communautaire – source de la confiance mutuelle indispensable au commerce – dans le développement du militantisme religieux.

Deux siècles plus tard, le constat du primat de l'économie sur le religieux semble définitivement acquis. Diverses stratégies sont alors mises en place pour tenter de concilier des identités souvent en conflit. Au sein des Églises protestantes ce processus de conciliation a pu prendre des formes diverses. Dans la province du Småland où le dynamisme des entreprises locales se nourrit de celui des Églises évangéliques et pentecôtistes, nombreuses dans cette *Bible belt* suédoise, Émir Mahieddin évoque le cas de Bosse, qui, en parallèle de son activité professionnelle, s'est lancé dans une entreprise œcuménique d'aide aux démunis de Roumanie. Électricien de formation, fondateur de sa petite entreprise qu'il dirige depuis 1972, ce membre très actif d'une congrégation pentecôtiste conjugue le travail au service de Dieu et le travail au service du Capital en se déployant sur deux fronts. L'une et l'autre clairement distinctes, l'entreprise capitaliste sert ici à financer l'entreprise compassionnelle qui, en retour, conforte la vocation de son dirigeant.

L'univers pentecôtiste est d'ailleurs tout à fait exemplaire des tensions persistantes autour de cette question de la vocation. Souvent réduit à ses affinités électives avec une théologie de la prospérité, cet univers religieux est pourtant apparu, au début du ^{xx}e siècle américain, comme une forme de résistance au capitalisme. On sait que sa particularité est de permettre aux laïcs de faire l'expérience personnelle et émotionnelle du divin : par l'expérience de la Pentecôte, le fidèle éprouve directement la présence du Saint-Esprit et en reçoit le baptême (dit baptême par le feu) ainsi que divers dons (don de guérison ou don de parole par exemple) qui en sont la manifestation concrète. Cela lui donne la possibilité de s'assurer que Dieu agit en lui et permet d'expliquer pourquoi les pentecôtistes disent « je sais que Dieu existe » (sous-entendu : « j'ai testé sa présence »), plutôt que « je crois en Dieu ». L'expérimentation prend alors la place de la réussite par le travail comme élément de démonstration de son élection, ce qui entraîne des attitudes sociales presque inversées par rapport à celles décrites par Weber : la réussite matérielle est de bien peu de valeur face à cette mise en contact directe du fidèle avec son dieu. On comprend alors que la soif de cette expérience se soit répandue sur la planète, et particulièrement dans les milieux défavorisés, en l'espace d'un demi-siècle. Dès le début des années 1930, le pentecôtisme était déjà devenu, au regard de bien des théologiens, le « troisième courant de la religion chrétienne » et « l'un des plus puissants mouvements religieux » (Dallière, 1932 : 1). Des États-Unis, il a gagné l'Europe, mais aussi l'Asie, l'Afrique et l'Amérique latine. Dans sa forme la plus radicale, il s'est coupé des courants majoritaires et a formé un groupe à part prônant le retrait du monde dans une perspective post-millénariste d'attente de la fin des temps et de promesse d'un Royaume plus juste. Dans ce cas, l'investissement social, professionnel et politique n'est pas

valorisé et la réussite économique est perçue plutôt comme un signe du diable que comme un signe d'élection. À ce niveau de formation, ce courant pentecôtiste se situe ainsi du côté de la résistance aux valeurs dominantes du monde occidental.

Le développement de la théologie de la prospérité en lien avec l'extension de l'économie néolibérale représente en fait un tournant majeur du pentecôtisme, qui se construit par scissiparités successives et à l'intérieur duquel coexistent des rapports au monde tout à fait opposés. Souvent considérée par les courants historiques comme une émanation satanique, parfois qualifiée de « néo-pentecôtisme », même si aucun mouvement ne se qualifie ainsi, la théologie de la prospérité signale plus un nouvel horizon dans la relation entre économie et religion qu'un véritable mouvement structuré. Pour ce courant, si l'expérimentation de la puissance divine se vit toujours directement dans le corps de l' élu (par le biais du parler en langue ou de la guérison), la réussite matérielle devient la preuve par excellence de l'élection divine : Dieu n'est pas un Père indigne et ne saurait laisser dans la misère ceux qu'Il aime. Dans cette perspective, et contrairement à l'ascèse calviniste, ce n'est plus le travail qui est mis en valeur, mais le fait même d'être riche, comme on peut être guéri ou encore comme on peut sentir le Saint-Esprit en soi. La théologie de la prospérité considère la richesse comme un don de Dieu. C'est pourquoi, dans certaines Églises qui poussent à son paroxysme cette interprétation de l'élection, celui qui ne devient pas riche ne peut se considérer comme un élu de Dieu. Dans un état d'esprit absolument contraire à l'austérité des protestants puritains, il est donc recommandé d'afficher ostentatoirement sa richesse. Pourquoi le fidèle cacherait-il un cadeau que Dieu lui a fait ? Et pourquoi n'en profiterait-il pas ?

On comprendra alors que la théologie de la prospérité ait pu avoir des effets aussi inattendus sur l'économie qu'en avait eu la théologie de la prédestination. La première est finalement extrêmement angoissante pour ceux qui ne parviennent pas à s'enrichir. Ils ne peuvent espérer longtemps que les dons qu'ils font eux-mêmes à l'Église suffisent à leur apporter les largesses divines. Il leur faut s'investir dans une activité économique fortement rémunératrice, et c'est par ce biais que cette mouvance « parvient à conjuguer économie et religion, Royaume et ici-bas : pour le croyant, promis à la prospérité, la récompense est immédiate et visible » (Jesus Garcia Ruiz, Patrick Michel, 2012 : 52). De fait, la théologie de la prospérité participe du néolibéralisme. Son enjeu est de « constituer les biens matériels du croyant en un gage de la bienveillance de Dieu en son endroit, et en une validation de la loyauté que le croyant manifeste envers Dieu. Or les valeurs promues et sacralisées via ce religieux sont clairement les valeurs dominantes du monde globalisé. Le fonctionnement du système est donc en boucle : le religieux n'en est pas l'origine, mais représente l'un des points de la circonférence du cercle » (*idem* : 58). Focalisés sur la réussite individuelle, les mouvements pentecôtistes ont donc souvent accompagné un processus de retrait de l'État.

Néanmoins, comme le montre l'étude consacrée par Emanuele Fantini à la *Unic 7000 Church* du Pasteur Abby Emishaw, en Éthiopie, ces Églises ont pu également promouvoir, en fonction du contexte politique, des valeurs plus collectives : après avoir nourri leur participation au monde des affaires sur la base d'une moralisation de ce milieu, les membres de la *Unic 7000 Church* mettent désormais leur vision théologique au service de l'État. De même en Haïti, le cas des pasteurs Fligne Samuel et Valentin étudié par Nathalie Luca montrent comment des Églises pentecôtistes ont pu construire un discours religieux pour prendre en charge un développement collectif, délaissé par un État déficient, dans l'urgence de la reconstruction qui a suivi le séisme de 2010.

Depuis son entrée dans le capitalisme moderne, le monde musulman offre également cette même diversité dans les motivations à l'origine des vocations des entrepreneurs mobilisant un référent religieux. L'adoption d'une économie néolibérale dans de nombreux pays d'islam a certes invalidé l'hypothèse de Weber sur l'incompatibilité entre le capitalisme et cet univers religieux. Le lien entre le développement économique et ce que le sociologue allemand qualifiait de sultanisme, caractérisé par la centralité et par des structures patrimoniales figées par des prébendes, relevait d'une surdétermination du religieux et d'un contexte daté et quelque peu essentialisé (Turner, 1974). L'Indonésie, premier pays musulman du monde, situé au cœur de l'une des zones de développement les plus dynamiques de la planète et à laquelle deux articles de ce dossier sont consacrés, constitue un utile exemple de l'évolution des mobilisations de référents islamiques autour de projets économiques. Le milieu des promoteurs de lotissements islamiques de Jakarta étudié par Rémy Madinier montre ainsi, entre la fin des années 1960 et le milieu des années 1990, le passage d'un modèle d'économie coopérative de transformation sociale à un simple marché de niche. En l'espace d'une génération, la figure de l'entrepreneur religieux a ainsi évolué sous la contrainte du marché. Au promoteur d'un idéal de société islamique, tourné vers la solidarité, a succédé la figure du dirigeant de société immobilière, motivé avant tout par un opportunisme commercial et qui ne fait plus qu'accompagner le croyant, devenu consommateur, dans une nouvelle et très concurrentielle économie du salut.

Dès lors, comme le confirme Gwenaël Njoto-Feillard à propos du marketing islamique, la dimension éthique de cet islam de marché semble avant tout utiliser l'appartenance religieuse comme un moyen de concurrencer d'autres réseaux entrepreneuriaux mieux implantés (chinois en l'occurrence). Ces pratiques mettent en lumière une étonnante circulation des modèles (et même parfois des hommes) au sein du petit milieu des entrepreneurs en religions. Bon nombre de stratégies commerciales néolibérales développées dans les milieux évangéliques américains sont reprises en Indonésie au prix d'ajustements mineurs à l'alphabet musulman.

Avec le développement de la finance islamique, ce phénomène a pris une dimension mondialisée. Marie-Liesse De Luxembourg en analyse le pouvoir

d'attraction auprès des jeunes musulmans de France qui rêvent d'y trouver à la fois un moyen d'insertion dans le monde capitaliste dans lequel ils vivent et l'épanouissement de leur idéal de croyants, porteur de l'alternative radicale à laquelle ils aspirent. Mais là encore, constate l'auteur, la vocation de l'entrepreneur religieux, aussi sincère soit-elle, se limite pour l'essentiel à une simple confessionnalisation des codes d'une économie dont il semble désormais impossible de transformer les règles en profondeur.

Si les monothéismes en arrivent à intégrer les codes néolibéraux, ils ne sont pas les seuls et ce phénomène se retrouve au sein d'organisations d'obédience bouddhiste. Bernard Sénécals présente ici le cas tout à fait original d'une entreprise bouddhiste coréenne (Centre de Méditation Nūngin) qui applique en les adaptant les préceptes liés à la théologie de la prospérité véhiculés par le pasteur Cho Yonggi de la *Full Gospel Church* coréenne dont le succès international égale celui des *megachurches* américaines. Ainsi, le bonze Chigwang a su répondre, pour son plus grand profit, aux attentes spirituelles des riches élites de Séoul en réconciliant définitivement prospérité matérielle et attentes spirituelles. Ce dernier article nous ramène à nos réflexions introductives. Le besoin de certains entrepreneurs de faire coïncider leur réussite professionnelle avec une éthique spirituelle, que les deux *coachs* interviewées remarquaient, est très largement international et se développe en lien avec la préoccupation et la culpabilité qu'ils ressentent vis-à-vis d'un capitalisme mondialisé défait de toute valeur contrariant ses finalités. Les entrepreneurs se tournent vers le religieux ou le « spirituel » dans l'espoir d'y trouver des valeurs et par conséquent, dans une tentative de désalignement de leurs désirs par rapport à ceux imposés par le néolibéralisme. Dans bien des cas pourtant, ils ne font qu'y trouver des justifications satisfaisantes et déculpabilisantes de leur réussite. Une réassurance spirituelle que des entrepreneurs religieux de toute obédience sont prêts à leur vendre au prix fort.

Nathalie LUCA

Centre d'études en sciences sociales du religieux (CéSor)

UMR 8216, CNRS-EHESS

luca@ehess.fr

Rémy MADINIER

Centre d'Asie du Sud-Est (Case)

UMR 8170, CNRS-EHESS-INALCO

remy.madinier@ehess.fr

Bibliographie

- CHESEL Marie-Emmanuelle, PELLETIER Denis (dirs.), 2015, « Entreprises et religions », *Entreprises et histoire*, n° 81, Paris, Éditions ESKA.
- BERGEAUD-BLACKLER Florence, 2001, « La viande halal peut-elle financer le culte musulman ? », *Le Journal des Anthropologues*, École des hautes études en sciences sociales, Paris, p. 145-171.
- , 2004, *Nouveaux enjeux autour de l'abattage rituel : une perspective européenne*, Cahiers d'économie et de sociologie rurales, Institut national de la recherche agronomique, p. 537-545.
- , 2005, « De la viande halal à l'halal food. Comment le halal s'est développé en France ? », *Revue européenne des migrations internationales*, p. 125-147.
- , « Halal : d'une norme communautaire à une norme institutionnelle », *Le Journal des Anthropologues : Des normes à boire et à manger. Production, transformation et consommation des normes alimentaires*, n° 106-107, p. 77-103.
- BOISSEVAIN Katia (dir.), 2010, *Nouveaux usages touristiques de la culture religieuse. Socio-anthropologie de l'image au Maghreb*, coll. Maghreb et sciences sociales 2009-2010, L'Harmattan.
- BOLTANSKI Luc, CHIAPELLO Ève, 1999, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, coll. Nrf essais.
- DALLIÈRE Louis, 1932, « Le mouvement de Pentecôte », *Le Semeur*, 35^e année, n° 1, p. 1-19.
- BRÉMOND D'ARS Nicolas de, 2013, Subordination croyante et autonomie du sujet chez les entrepreneurs et dirigeants chrétiens, *La nouvelle revue de psycho-sociologie*, n° 16, p. 155-170.
- GARCIA-RUIZ Jesus, MICHEL Patrick, 2012, *Et Dieu sous-traite le salut au marché. De l'action des mouvements évangéliques en Amérique Latine*, Paris, Armand Colin, coll. Recherches.
- LORDON Frédéric, 2010, *Capitalisme, désir et servitude. Marx et Spinoza*, Paris, La Fabrique.
- LUCA Nathalie, 2012, *Y croire et en rêver. Réussir dans le marketing relationnel de multi-niveaux*, Paris, L'Harmattan, coll. Religions en questions.
- PIETTE Albert, 2003, *Le fait religieux. Une théorie de la religion ordinaire*, Paris, Economica, coll. Études sociologiques.
- STIGLITZ Joseph, 2002, *La grande désillusion*, Paris, Fayard.
- TURNER Bryan S., 1974, *Weber and Islam: a critical Study*, Londres, Routledge and Kegan Paul.
- WEBER Max, 1964 [1905], *L'éthique protestante et l'esprit du capitalisme*, Paris, Plon, coll. Presses Pocket.

